

Formas de emprendimientos culturales reconocidos en la ciudad de Neiva en los campos de la música andina colombiana, la danza folklórica y el teatro callejero

Hernando Gil Tovar^{1*}

Germán Darío Hembuz Falla²

Recibido 07 de febrero de 2017

Aceptado 16 de mayo de 2017

¹Administrador de Empresas Universidad Surcolombiana. Magíster en Administración Universidad Nacional. PHD en Sciences de gestion, Université du Mans (Francia). Docente de Planta Universidad Surcolombiana.

²Administrador de Empresas Universidad EAN. Magíster en Gerencia del Talento Humano Universidad de Manizales. Doctorando en Ciencias Sociales Convenio CINDE – Universidad de Manizales. Docente Universidad Surcolombiana.

Resumen

El término emprendedor proveniente del latín “prenderé” que significa “acometer” e “intentar” fue usada en sus inicios para hacer referencia a aquellos pioneros que resolvían asumir riesgos o lanzarse a una aventura. Luego fue enriquecido el término por los economistas e identificado con la innovación constante, hasta llegar en el día de hoy al campo administrativo, definiéndolo como la persona que evalúa el riesgo y los beneficios, respondiendo de manera positiva al cambio, con nuevas ideas y formas de hacer las cosas. El emprendimiento cultural en Neiva se muestra desarticulado y desprotegido por los responsables del fortalecimiento de la cultura; razón por la que surge este estudio cuyo objetivo es el de determinar las formas de emprendimientos culturales en los campos de la danza folklórica, la música andina colombiana y el teatro, haciendo una caracterización de los emprendedores y sus iniciativas. Para lograrlo se utiliza una metodología exploratoria, descriptiva y analítica, en la cual se aplicó un proceso de intervención mixto. Los resultados obtenidos dan cuenta de las características de los emprendimientos culturales en esas tres categorías, la manera como surgen, sus habilidades y conocimientos para la gestión empresarial, además de los segmentos de mercado en el que incursionan. Igualmente, se logran establecer las subjetividades construidas respecto del emprendimiento, los resultados económicos de los emprendimientos, el conocimiento de las políticas públicas respecto del emprendimiento cultural y la informalidad de los mismos.

Palabras clave: Emprendimiento, cultura, danza, riesgo.

Abstract

The term "entrepreneur" comes from the Latin term "prenderé" which means "to undertake" and "to try" and it was used in its beginnings to refer to those pioneers who decided to take risks or embark on an adventure. Then the term was enriched by economists and identified with constant innovation, until today when it arrived in the administrative field, defining it as the person who evaluates risk and benefits, responding positively to change, with new ideas and forms of doing things. The cultural entrepreneurship in Neiva is disarticulated and unprotected by those responsible for the strengthening of culture. That is the reason of the arising of this study whose objective is to determine the forms of cultural entrepreneurs in the fields of folkloric dance, Colombian Andean music and the theater, making a characterization of the entrepreneurs and their initiatives. To achieve this, an exploratory, descriptive and analytical methodology was used, in which a mixed intervention process was applied. The results obtained account for the characteristics of the cultural enterprises in these three categories, the way they arise, their skills and knowledge for business management, in addition to the market segments in which they enter. Likewise, it is possible to establish constructed subjectivities with respect to entrepreneurship, the economic results of the entrepreneurs, the knowledge of the public policies regarding the cultural entrepreneurship and the informality of them.

Key words: Entrepreneurship, culture, dance, risks.

Introducción

El emprendimiento cultural en el municipio de Neiva, capital del departamento del Huila, tal como se ilustra en la media de otras regiones del mundo, es débil. Hay serios problemas de articulación entre las organizaciones culturales y los agentes que hacen parte de las cadenas de valor con las políticas de desarrollo económico y social del estado colombiano, y con las oportunidades de inversión y asistencia técnica que ofrece tanto el sector privado como la cooperación internacional.

La política para el emprendimiento y las industrias culturales en Colombia, reconoce que todos los actores de la cadena de valor de dichas industrias, agregan valor para que un producto cultural haga parte del patrimonio de una

comunidad. Desarrollar el potencial productivo de los agentes y organizaciones, implica fortalecer todos los eslabones y actividades transversales, además del diseño de estrategias orientadas hacia la generación o la consolidación de relaciones y entramados de prácticas, circuitos, agentes, organizaciones e instituciones del campo concebido como una totalidad.

La crisis ha aumentado la fragilidad de las estructuras empresariales culturales más allá de las grandes firmas e instituciones, pues muchas de ellas se basan en una lógica de economía de proyecto que suele depender del financiamiento público. Así mismo, hay un efecto acelerador de la crisis sobre la fragilidad estructural del empleo cultural en una coyuntura desfavorable. Este produce una disminución del volumen del empleo

*Autor para Correspondencia: german.hembuz@usco.edu.co

Como citar: Gil-Tovar, H. y Hembuz-Falla, G. 2017. Formas de emprendimientos culturales reconocidos en la ciudad de Neiva en los campos de la música andina colombiana, la danza folklórica y el teatro callejero. Revista FACCEA 7(1): 12 - 20 pp.

cultural.

Los emprendimientos culturales requieren caracterizarse en la región del Huila mediante el presente proyecto de investigación, para comprender sus estructuras sociales y organizacionales, las dificultades que presentan sus mercados, la capacidad de las personas que los crean y desarrollan y la construcción de subjetividades de los líderes que los representan a fin de proyectar la industria cultural regional, en los campos de la música andina colombiana, las danzas folklóricas y el teatro que representan los esfuerzos más significativos de éste sector productivo, al que aún no se le reconoce fehacientemente su contribución directa al desarrollo económico y social en la ciudad de Neiva.

En la presente investigación se determinan las formas de emprendimientos culturales reconocidos en Neiva, en los campos de la música andina, la danza folklórica y el teatro, estableciendo las características de dicho emprendimiento y la institucionalización de sus particularidades que emergen y se consolidan, lo que permite comprender las subjetividades construidas sobre el emprendimiento cultural.

El estudio es de tipo exploratorio, descriptivo y analítico, además de corte mixto, que implica una intervención tanto cuantitativa como cualitativa. Así, el método de análisis se revela por su carácter abductivo. Se recurrieron a fuentes primarias como secundarias.

El sector cultural del municipio de Neiva, presenta múltiples problemas ante la debilidad de la estructura organizativa y formal del Sistema Regional de Cultura, mediante el cual fluyen las políticas culturales. En este sentido, la ciudad de Neiva cuenta con un Consejo Municipal de Cultura estructurado y en funcionamiento, que responde con la formulación, diseño, implementación y ejecución de estrategias, políticas y en la planificación de los procesos culturales, al igual que la vigilancia en la ejecución del gasto público en cultura (Gobernación del Huila, 2000). El apoyo financiero por parte del sector público es bajo, junto con una política mediática de concertación y estímulos en el municipio para proyectos culturales, tomándose éstos como una actividad coyuntural y no como una continuación de los procesos culturales (Gobernación del Huila, 2000). No existe un compromiso por parte de las administraciones municipales para que las escuelas de formación artística y cultural funcionen adecuadamente en cada localidad.

El emprendimiento cultural en la región es débil y con serios problemas dada la desarticulación existente entre las organizaciones culturales y los agentes que hacen parte de las cadenas de valor con las políticas de desarrollo económico y social del Estado colombiano y con las oportunidades de inversión y asistencia técnica que ofrece tanto el sector privado como la cooperación internacional.

Los creadores culturales subsisten de proyectos coyunturales que no favorecen la innovación y creación cultural, no permitiendo el mejoramiento de los ingresos y la calidad de vida de los artistas, creadores e innovadores culturales. Igualmente, no existe un portafolio de servicios culturales ni una política pública generadora de procesos de fortalecimiento de la industria cultural, capaz de ofertar bienes y servicios culturales sostenibles y competitivos.

Los procesos que se adelantan tienen inmerso componentes de Ciencia, Tecnología e Innovación, los cuales no han sido puestos al servicio y mejoramiento del sector. Hay carencia de investigaciones de las cadenas productivas de manera que se puedan identificar los innumerables obstáculos y oportunidades para el desarrollo de los eslabones, las organizaciones y los agentes que participan (Gobernación del Huila, 2000).

El Plan de desarrollo del municipio de Neiva 2012-2015: “*Unidos para Mejorar*” presenta cinco líneas de acción y 18 programas estratégicos en armonía con los lineamientos de planeación e inversión del orden Departamental y Nacional (Suárez Trujillo, 2011). En uno de sus programas estratégicos este Plan de Desarrollo plantea promover el desarrollo cultural, donde se manifiesten todas las expresiones que hacen parte de la identidad local y regional, que genere cambios en el comportamiento de los ciudadanos consolidando la formación de principios y valores, la ética, la sana convivencia, el acatamiento de las normas y el respeto por lo público, a través de varios compromisos como:

- Formulación del Plan Decenal de Cultura (2012-2021).
- Construcción del calendario cultural (concursos de lectura, pintura, encuentro de escritores, teatro, danzas, festivales del San Juan y del San Pedro, cumpleaños de Neiva, encuentros de medios de comunicación, (audiovisuales)
- Creación de la Banda Sinfónica de Neiva.
- Fortalecer el uso de prendas, instrumentos y expresiones artísticas (Tiple, requinto, rajaleñas, sombrero de pindo, danzas y música) en los eventos institucionales, locales, regionales y nacionales de los cuales sea sede nuestra ciudad.
- Masificar encuentros culturales comunitarios en las comunas y los corregimientos.
- Promover alianzas estratégicas con el sector privado para fortalecer la promoción, el desarrollo y la comercialización de productos culturales.
- Hacer una alianza estratégica con la gobernación del Huila para el desarrollo de actividades culturales y artísticas, el Teatro Pigoanza y el Centro de Convenciones.
- Capacitar a taxistas como guías turísticos y culturales.
- Promover la creación y sostenibilidad de las escuelas de

formación artística y cultural en comunas y corregimientos.

- Crear el Museo Municipal de Neiva.
- Fortalecer el Sistema de Información Cultural y Artístico del municipio.
- Recuperar el patrimonio histórico y cultural del municipio.
- Implementar los centros de promoción turística y cultural de la ciudad en alianza con el sector privado.
- Implementar los centros de promoción turística y cultural de la ciudad en alianza con el sector privado (Aeropuerto, terminal de transporte, hoteles, restaurantes, estaciones de servicios, malecón, parque de los niños y almacenes de cadena).
- Apoyar la construcción del Parque de la Música Jorge Villamil Cordovez.
- Celebración de los 400 años de Neiva.
- Propiciar la creación de entidad para promoción y realización del Festival Folklórico y Reinado Nacional del Bambuco.
- Construir el Pueblito Huilense, para el fomento de la cultura y el turismo local.

Lo anterior se articulará en línea con la Política Departamental de Cultura que se propone la ampliación de la capacidad de articulación del Sistema General de Cultura, como elemento que estructura el desarrollo regional para lo cual establece como metas el funcionamiento regular del Consejo Departamental de Cultura, la creación de los Consejos municipales de cultura, el incremento de las actividades artísticas y culturales, apoyo a los directores de bandas, a las escuelas de formación artística y cultural y la vinculación de un gran número de personas a los procesos de formación del Conservatorio Departamental de Música.

La problemática del sector es amplia y variada, ante la cual se deben diseñar estrategias para la consolidación cultural (DiMaggio, 1991) (Arbeláez, 2009) buscando el compromiso total de los entes públicos y privados y los actores sociales y comunitarios en el proceso cultural del municipio de Neiva, puesto que la cultura es una competencia de todos, la cual es considerada como un factor clave en la construcción de una sociedad de paz y convivencia (Gobernación del Huila, 2000) (Altieri, 2001) (Molano, 2007). El financiamiento de la cultura (Launsbury & Glynn, 2001) (Fuentes, 2008) (Matíz, Francisco & Fracica, G., 2011) suele enfrentarse ante la imposibilidad legal de operar intercambios mercantiles o se enfrenta a tradiciones de libre acceso, siendo aconsejable sustraer parcialmente las artes y la cultura del mercado, pero se debe hacer densificar y hacer más complejo dicho mercado, pues un mercado abierto mejora las oportunidades y tiende a producir mercados más sanos, transparentes y con mayor

capacidad de renovación; por lo que se debe gestionar el arte y la cultura (Álvarez, 1997); (Cáceres & Margie, 2011). De igual forma, las industrias culturales son también patrimonio histórico y vivo, recurso que proporciona empleo e ingresos, haciendo crecer y recrear y democratizar las sociedades (Yudice, 2002) (Briceño, 2010); para lo cual se requiere una política de formación en este campo (Cáceres & Margie, 2011).

Ruta metodológica

La metodología de investigación adoptada es exploratoria, descriptiva y analítica, en la cual se aplicó un proceso de intervención mixto.

Es exploratoria ya que no existen investigaciones previas sobre el objeto de estudio, por lo cual se requiere explorar e indagar hasta determinar los factores relevantes al problema. Es descriptiva, dado que el objetivo fue determinar las formas de emprendimiento cultural en los campos de la danza folclórica, la música andina colombiana y el teatro haciendo una caracterización de los emprendedores y sus iniciativas; y es mixta ya que se aplicaron instrumentos cuantitativos y cualitativos, los cuales permitieron: desde el punto de vista cuantitativo, caracterizar los emprendimientos culturales existentes en los campos de la música andina, la danza folclórica y el teatro en el departamento del Huila. Así mismo, desde el enfoque cualitativo, llevar a cabo un estudio de casos sobre el discurso subjetivo de algunos líderes representantes de las expresiones culturales que han obtenido un importante reconocimiento en los campos de la música andina colombiana, la danza folclórica y el teatro. Finalmente, se realiza una confrontación de los resultados obtenidos de la intervención mixta.

El método de investigación es abductivo porque se parte de la observación de la situación general y particular de cada uno de los emprendimientos culturales del municipio de Neiva para explicar a partir de postulados básicos las características de dichos emprendimientos en los campos de la música andina colombiana, la danza folclórica y el teatro callejero; señalando la cultura y la expresión artística de la región huilense que ha motivado el desarrollo de liderazgos particulares en este tipo de industria cultural. Además, se reconoce la construcción de subjetividades de algunos representantes más destacados de los emprendimientos culturales.

La población está conformada por distintos representantes de las diferentes expresiones artísticas danza folclórica, música andina colombiana y el teatro en el municipio de Neiva registrados en la secretaría de cultura municipal y departamental.

Para recolectar la información necesaria se hizo uso de:

- *Lectura de Fuentes secundarias:* Se partió de la revisión de

libros publicados por editoriales de alto reconocimiento y artículos de revistas indexadas en temas de emprendimiento y emprendimiento cultural, además de documentos que evidencien programas de gestión del talento humano, los emprendimientos y la industrial cultural.

- *Fuentes primarias:* Se diseñaron dos instrumentos. Una encuesta aplicada a los representantes de los campos artísticos del municipio de Neiva, que estableció el alcance de los objetivos propuestos; y una entrevista en profundidad a 6 representantes que han obtenido un reconocimiento importante en los campos de la danza folclórica, la música andina colombiana y el teatro.

El tamaño de la muestra para los emprendedores culturales del municipio de Neiva pertenecientes a los campos de la música andina colombiana, la danza folclórica y el teatro es de 38 emprendedores. Para su cálculo se empleó la fórmula para una población finita y conocida:

$$n = \frac{Z_a^2 N p q}{i^2 (N-1) + Z_a^2 p q}$$

n : Tamaño de la muestra= 37,8705215=38
 N : Tamaño de la población= 231
 Z : Tamaño correspondiente a la distribución normal
 p : Probabilidad de acierto= 50%
 q : Probabilidad de fracaso= 50%
 i : Error prevista= 12%

Como técnica estadística, aplicado el instrumento (encuesta) se realiza la tabulación. Una vez ordenada fue sometida a un análisis estadístico en SPSS y Excel, el cual permitió establecer una estimación puntual con intervalos de confianza del 90% y un error del 12% dado que no todos los emprendedores pertenecientes a la base de datos respondieron a la petición de aplicación de instrumentos.

Por lo anterior, el muestreo que se utilizó es un muestreo por conveniencia dada la poca representación de los emprendimientos culturales, razón por la cual de la muestra obtenida se hizo una asignación proporcional de cada categoría: el 48% representa los emprendedores del campo “danza folclórica”, el 32,5% representa los emprendedores del campo “música andina colombiana” y el 19,5% representa los emprendedores del campo “teatro”.

Para el análisis cualitativo se escogieron 6 representantes que han obtenido un reconocimiento importante en los campos de la danza folclórica, la música andina colombiana y el teatro (2 por cada campo).

Discusión

La cultura es base fundamental del desarrollo de una sociedad y región en todos sus ámbitos, ya que permite generar conocimiento, crecimiento y desarrollo económico, los cuales, basados en acciones sostenibles y

competitivas, dan lugar a industrias generadoras de productos intelectuales, reconocidos por su diversidad y formas de expresión.

Así lo anterior, la cultura juega un papel clave en el mundo competitivo por las ventajas comparativas y competitivas que se generan a partir de emprendimientos, innovaciones y acciones creativas en los distintos grupos culturales, que evidencian la oportunidad de apostarle a una industria de tipo cultural diferenciada, la cual generará no sólo riqueza económica, sino espiritual y social entre cada uno de los habitantes de las regiones en armonía con el medio natural que los rodea, propiciando la integración ciudadana.

Las industrias culturales requieren talento humano especializado para convertirse en la columna vertebral y corazón de un sistema de desarrollo sustentable y sostenible, contribuyendo al crecimiento económico de un país que mejora la calidad de vida de sus ciudadanos a través de la promoción de productos culturales.

El concepto emprendimiento ha sido vinculado con los términos de empresa, cambio, riqueza, empleo, crecimiento, valor, sumado a una perspectiva de innovación, la cual se relaciona con el establecimiento de una nueva función de producción que incluya un producto novedoso o un nuevo modo de producción, que lo lleva a abrir nuevos mercados no experimentados, contacto con nuevas fuentes de suministro de materiales o el inicio de una organización en cualquier industria (McDaniel, 2000). Según Schumpeter, el emprendimiento se muestra como una combinación de recursos o servicios que pueden ser derivados de esos mismos recursos, siendo en el modelo económico capitalista unos procesos económicos que destruyen industrias y empleos, pero igualmente generan nuevas actividades económicas. Así, una persona emprendedora es alguien capaz de innovar y ser creativa, con capacidad de generar distintos productos, como bienes y servicios, los cuales contengan creatividad, sean eficientes, eficaces, y hayan sido creados bajo ciertas metodologías, con ética y responsabilidad. El emprendimiento es algo innato de los hombres. Además, es una característica diferenciadora de los demás seres vivos, ya que el progreso de toda la humanidad, que se ha dado a través de los siglos, ha sido gracias al espíritu emprendedor que tienen los hombres.

Por otra parte, la cultura, vista como una cuestión compleja, con el paso del tiempo se ha convertido en una palabra “cliché”, muchas veces empleada de forma confusa en diversos contextos (económicos, políticos, educativos, sociales, etc.) de la realidad, ya que puede significar todo y no aclarar nada (UNESCO, 2010). Por ejemplo, gracias a los numerosos términos que existen en torno a la cultura (como patrimonio cultural, cultura popular, diversidad cultural, entre otros), esta puede carecer de un contenido real, ya que ellos mismos son

muestra del uso que se hace de la misma sin un sentido específico.

Las múltiples definiciones de la palabra cultura dan lugar a que existan diferentes enfoques y variadas aproximaciones en torno a lo que se puede hacer en todo el ámbito cultural. Sin embargo, el concepto de cultura puede verse desde el punto de vista de las diferentes disciplinas, y dentro de ellas se observan a su vez distintos enfoques teóricos que se le han dado. Desde lo antropológico, se entiende como “las prácticas materiales y de significación, al mismo tiempo, de continua producción, reproducción y transformación de las estructuras materiales y de significación que organizan la acción humana” (Vera Noriega, Rodríguez Carvajal, & Grubits, 2009). Dentro de sí, se encuentran la acción social, representada en aquellas acciones que están en función de reproducir y transformar los sistemas simbólicos, y los sistemas de significación o sistemas simbólicos, que son los que participan en las distinciones sociales y dan un estatus. Por lo anterior, la cultura desde este enfoque es considerada:

Un sistema de interrelaciones entre los procesos individuales ontogenéticos, los sociales e históricos del comportamiento colectivo en un corte de tiempo y los antropológicos e históricos que hacen posible los productos culturales, incluyendo a las manifestaciones artísticas, cotidianas, científicas, tecnológicas y las de tipo folklórico. (Vera Noriega, Rodríguez Carvajal, & Grubits, 2009).

La industria cultural en los países desarrollados está acompañada de políticas y programas estatales que incentivan el desarrollo de los emprendedores en diferentes campos de la cultura. Existen escuelas de formación que no sólo desarrollan la capacidad artística sino también la emprendedora. La Red de investigadores para el Emprendimiento y la Economía de la Cultura define el concepto de emprendimiento como “una actividad de apropiación de los valores simbólicos e intangibles de una sociedad para crear diversas maneras de representación plasmados en bienes y servicios culturales, a través de procesos económicos basados en el riesgo, la creatividad y la innovación, que en su conjunto deben permitir la consolidación de una idea de negocio, empresa u organización” (Observatorio cultura y economía, 2011).

Las nuevas teorías sobre el desarrollo económico priorizan la creatividad y la innovación como fuentes de creación de valor. Dado que la cultura es “una actividad económica cuyo capital básico es la creatividad” (Hutter, 2009), el nuevo concepto de economía creativa, tomado como “el conjunto de actividades basadas en el conocimiento que interactúan de forma transversal con toda la economía con un alto potencial para generar ingresos, empleos e inclusión social, diversidad cultural y desarrollo humano”

(Dos Santos, 2009), tiende a convertirse en un factor de crecimiento y reconstrucción tras los distintos fallos del actual modelo económico. El fallo del sector evidencia que se necesita un cambio en el paradigma y una renovación que valore el rol que tiene frente a los demás sectores en relación a su oferta y demanda, lo cual demuestre no sólo el aporte a la economía en términos monetarios, sino sociales y culturales. Los productos generados de la industria cultural y de las nuevas llamadas industrias creativas les suministran a los consumidores una experiencia, más que un bien material; es decir, son productos inmateriales. Así se puede observar cómo se relaciona la creatividad (que es la capacidad de producir nuevas ideas e interpretaciones) y la innovación (técnica que permite que las ideas se conviertan en productos exitosos), funcionan muy bien juntas y no sólo se encuentran en el sector cultural, sino en todos los sectores que proporcionen nuevas experiencias, conglomerando así a la economía de las industrias culturales como la oferta de la “experiencia” (Hutter, 2009).

Resultados

-Formas de emprendimientos culturales reconocidos en el municipio de Neiva en los campos de la Música Andina Colombiana, la danza folclórica y el teatro

Mediante el desarrollo de la presente propuesta investigativa se logró caracterizar los emprendimientos culturales de la ciudad de Neiva desde tres dimensiones: Música Andina Colombiana, Danza Folclórica y Teatro.

El teatro callejero busca constantemente una participación activa de sus espectadores, logrando que ellos tomen una actitud crítica, y aunque sea un teatro que se realice en la calle que se escribe en el presente, el cual se apoya en las sensaciones y no en las ideas. “No solo se dirige a la vista y al oído, sino también al sentido mágico, divino: el sentido del tacto; con sus centros emisores y sus radares. Es el arte Hechicero” (Vera Santos, 2005).

A mediados del siglo XIX surge el interés por definir una música nacional, donde por un lado se componen las primeras piezas que se escribieron sobre aires nacionales, como bambucos y pasillos, y por el otro se intenta elaborar un discurso referente a una música nacional. Tras un costumbrismo muy del siglo XIX, se dan una serie de importantes discusiones a principios del siglo XX en torno a la legitimación de la música emblemática de la nación. Sin embargo, a pesar de que el punto central del debate era la música nacional, el conflicto lo incitaba una preocupación por autenticar dos prácticas musicales que se diferenciaban, una de sesgo académico y otra de carácter popular como fenómeno posiblemente masivo, fundamentado en el mercado discográfico en los espectáculos y toda la industria del entretenimiento, cuyos efectos en el país se fueron evidenciando a fines del siglo

XIX (Cortés Polanía, 2004).

Tanto en la antigüedad como en la actualidad, expresar sentimientos y emociones a través de la danza es una necesidad, al ser una actividad que está en la constante búsqueda de conectar las expresiones corporales con su exterior y entorno, en una constante mezcla del ser individual y colectivo. Por ello:

El escenario humano no se construye de manera personal, siempre está la existencia de un otro. Por lo tanto, la danza también forma parte de la sociedad, ya que a lo largo de su historia siempre estará presente la vida social de una cultura, ya sea como un elemento que se ejecuta por un conjunto humano o porque es éste quien la recibe. (Cifuentes, 2007).

En ese sentido, fue posible la aplicación de un cuestionario a 38 representantes e integrantes de los tres campos objeto de estudio y el desarrollo de seis entrevistas a dos de los representantes más fuertes para cada dimensión a partir del planteamiento de un grupo de categorías conceptuales establecidas en el marco teórico del estudio.

Aspectos como: Iniciativa, actitud de cambio, identificación de oportunidades, acceso a recursos, política para el emprendimiento, potencial emprendedor, identificación del producto o servicio, aspectos sociales, cultura emprendedora y formalización laboral fueron las categorías desde las cuales nos acercamos al fenómeno para comprender su origen, lógica y desarrollo desde una perspectiva cultural y empresarial.

Así lo anterior, se presentan a continuación algunas estadísticas consolidadas tras la aplicación de un cuestionario, lo que permite generar las primeras nociones y características que dieron lugar a comprender la forma en que se establecen y desarrollan los emprendimientos culturales en la ciudad de Neiva: En lo que respecta al nivel educativo de los líderes e integrantes de los emprendimientos en los campos del teatro, la danza folclórica y la música andina en la ciudad de Neiva, es posible encontrar que el 64% de los emprendedores en música andina colombiana, 63% en teatro y 44% en danza folclórica tienen un nivel de formación profesional; el 17% de los emprendedores en danza folclórica, el 13% de los emprendedores en teatro y el 9% de los emprendedores en música andina colombiana tienen un nivel de formación de postgrado; el 18% de los emprendedores en música andina, el 17% en danza folclórica y el en teatro tienen un nivel de formación media; el 13% de emprendedores en teatro y el 9% de emprendedores en música andina colombiana tienen un nivel de formación técnico y el 22% de los emprendedores en danza tienen un nivel de formación primaria. En relación a la iniciativa emprendedora, se encontró que desde la dimensión de la Danza Folclórica, el 36% de los emprendedores propuso como tipo de innovación la formación y el desarrollo del talento humano

competente, seguido de un 25% que propuso la creación de una nueva forma de expresión, un 25% que propuso una estructura organizacional que fortalece el fomento del arte que ejerce y un 14% que propuso un sistema de comunicación que promueve el arte que ejerce.

Respecto al surgimiento de las iniciativas emprendedoras, el 100% de las iniciativas teatrales, el 83% de las iniciativas en danza folclórica y el 82% de las iniciativas en música andina colombiana no surgieron por no tener otra opción de trabajo. Sin embargo, el 27 % de las iniciativas en música y el 17% de las iniciativas en danza surgieron ante la imposibilidad de encontrar trabajo.

En relación a las habilidades y conocimiento para la acción empresarial, el 78% de los emprendedores culturales pertenecientes al campo de la danza folclórica, el 75% de los emprendedores perteneciente al campo del teatro y el 55% pertenecientes al campo de la música andina colombiana sí tienen las habilidades y los conocimientos requeridos para la acción empresarial; mientras que el 36% de los emprendedores pertenecientes al campo de la música andina colombiana, el 25% de los emprendedores pertenecientes al campo del teatro y el 22% de los emprendedores pertenecientes al campo de la danza folclórica no cuentan con dichas habilidades y conocimientos.

Los segmentos del mercado en los que incursionan los emprendimientos culturales son:

- *Muestras nacionales e internacionales* participación del 20% de los emprendedores del campo de la danza folclórica, el 22% de los emprendedores del campo del teatro y el 20% de los emprendedores del campo de la música andina colombiana.
- *Concursos y encuentros regionales y nacionales* participación del 17% de los emprendedores del campo de la danza folclórica, el 15% de los emprendedores del campo del teatro y el 17% de los emprendedores en el campo de la música andina colombiana.
- *Grupos culturales de instituciones educativas* participación del 14% de los emprendedores del campo de la danza folclórica, el 15% de los emprendedores del campo del teatro y el 10% de los emprendedores de campo de la música andina colombiana.
- *Escuelas de formación de organizaciones* participación del 15% de los emprendedores del campo de la danza folclórica, el 15% de los emprendedores del campo del teatro y el 19% de los emprendedores del campo de la música andina colombiana.
- *Expositores de fiestas culturales regionales* participación del 15% de los emprendedores del campo de la danza folclórica, 18% de los emprendedores del campo del teatro y el 17% de los emprendedores del campo de la música andina colombiana.

- *Academias artísticas independientes* participación del 18% de los emprendedores del campo de la danza folclórica, el 15% de los emprendedores del campo del teatro y el 7% de los emprendedores del campo de la música andina colombiana.

- El 10% de la iniciativa emprendedora música andina colombiana y el 1% de la iniciativa emprendedora danza folclórica destacan otros segmentos del mercado como las actividades realizadas en las empresas, fundaciones y corporaciones oficiales y privadas que les invitan.

Subjetividades que se construyen sobre emprendimiento cultural en seis representantes de las artes musicales de corte Andino Colombiano, dancísticas del folclor y teatrales que gozan de un reconocimiento connotado en la sociedad huilense

Para efectos de la reflexión, la categoría Individuo es fundamentada en desarrollar factores como la familia, formación y situación laboral, que permiten en un primer momento hacer una aproximación a la comprensión de elementos que inciden en la estructuración y formación de la visión como artistas, empresarios y forma de racionalizar.

En ese sentido, es posible apreciar la incidencia de la familia - padres, abuelos, primos, tíos - y amigos en los primeros contactos u experiencias que tuvieron los artistas, destacándose la interacción y reconocimiento a través de las reuniones familiares y acciones simbólicas familiares que marcan a los emprendedores, despertando su gusto por la disciplina artística en particular. La familia es el centro que motiva e impulsa a los emprendedores a lo largo de su vida, imprimiéndoles de valores y confianza, que conforman su espíritu empresarial.

Respecto a la formación, los emprendedores culturales, son personas con un aprendizaje empírico, moldeado junto con la formación educativa -en promedio- de nivel profesional. Esta etapa es garante de brindarle herramientas y preguntas que inciden en el desarrollo de su talento como artistas y que más tarde es puesto en escena en el despliegue de sus ideas y apuestas.

Son pocos los artistas empresariales que se sostienen económicamente con su emprendimiento cultural. Este es percibido como una actividad de brinda satisfacción personal, un compromiso con la cultura del departamento, consigo mismo como artistas. Sin embargo, los artistas que basan sus ingresos económicos en su iniciativa empresarial, visualizan su actividad no solo desde la satisfacción artística sino que esta debe permitir su sostenimiento propio, y si es posible, en el mejor de los casos, generar un ingreso económico que consiga ser disfrutado personalmente. Resulta importante destacar aquí, que si bien esta es una forma de generar alguna distinción, el principio del grupo de entrevistados se concentró en ver la realización de su emprendimiento

como un objetivo impulsado por su pasión, por el arte, la cultura y su capacidad -talento- innato, no por generar simplemente ingresos. Solo en la medida en que la iniciativa comienza a consolidarse y en aras por posicionarla con apuestas de calidad, va surgiendo la necesidad de imprimir una lógica económica al mismo, sin que esta llegue a ser el principio por el cual la iniciativa se mantiene. Dentro del grupo conocido como cultura emprendedora, destacamos en los artistas empresarios elementos como: Vocación e identidad cultural como principios esenciales que incide en su mentalidad y accionar. El arte como una manera de construir sociedad, de rescatar costumbres, de valorar lo propio, son aspectos que les mantiene e impulsan continuamente.

La confianza en sí mismos es una dimensión que se nutre de los principios y factores expuestos anteriormente. El creer en su idea, y el recibir el apoyo de su familia les permite continuamente pese a las dificultades continuar con sus iniciativas.

El origen de la iniciativa se presenta generalmente por los siguientes aspectos: 1. Ausencia de espacios que promuevan el arte -respecto a la dimensión en la que cada emprendedor se suscribe-, esto especialmente para iniciativas de orden de Danza y Teatro. Para las iniciativas pertenecientes a la música, estas se surgen principalmente en razón al talento y satisfacción personal que el ejercicio artístico desarrollado les permite tener. Siguiendo, es posible destacar como factores causantes 2. La vocación y pasión por el arte, junto con la oportunidad vista 3. Resaltar, comunicar la cultura Huilense y construir reflexiones frente a la realidad del país.

La innovación de los emprendimientos culturales se destaca por: 1. Calidad, desarrollo de temáticas, invitados, y utilización de instrumentos, equipos pertinentes para el ejercicio artístico de la actividad, de las apuestas que buscan desarrollar, resaltando con ello la importancia de la cultura. 2. La generación de mejores apuestas artísticas en su presentación, que "Sean mejores que las anteriores", es un principio que incide a la hora de manejar la iniciativa empresarial, 3. Dejar legados, es decir institucionalizar espacios con las puestas artísticas de manera que sean reconocidas por los huilenses, y se asuman como productos culturales a tomar como referentes. 4. Establecer redes artísticas que permitan intercambiar experiencias. Finalmente la dimensión que permite que los anteriores se integren de manera que se genere un valor agregado o innovación, es el capital humano, la formación de las personas que lo integran, es vital para resaltar frente a los competidores locales y brillar a nivel nacional e internacional.

Existe un conocimiento de la existencia de una política al emprendimiento cultural, a las actividades que el ministerio realiza y las gestiones -que no son muchas- que

realiza el ministerio de cultura, sin embargo a la hora de participar en los proyectos o actividades ofrecidas por estas se dan una serie de situaciones que inhiben su actuar, se destaca: la burocratización de los procesos, bajo precio que se le otorga a las actividades artísticas que realizan, desconocimiento de los procesos a seguir en las etapas, falta de orientación en las mismas, desconocimiento y desorden, para artistas, por parte de las personas quienes lideran estos procesos.

Los artistas conciben el arte debe ser asumido por las instituciones, y estas deben apoyar y ser garantes del desarrollo y consolidación de los procesos artísticos del país. En general se puede decir, que si bien los emprendedores reconocen las instituciones o divisiones departamentales cuya misión se relaciona con el arte y la cultura, es poco el conocimiento de las actividades planteadas por éstas para fomentar la cultura en el departamento.

Finalmente, respecto a la legalidad y los salarios, comprendiendo el contexto y las situaciones que asumen, los emprendimientos sostienen los documentos que los formalizan. Respecto a la contratación, esta se da a partir de la modalidad de prestación de servicios, jornales, y en menor medida contratos a término fijo e indefinido.

Conclusiones

Dado que es un sector que poco se ha explorado en la región, se obtuvieron bases para poder establecer el comportamiento que tienen los emprendedores, específicamente en los campos de la música andina colombiana, la danza folclórica y el teatro.

Aproximadamente la mitad y un poco más de la mitad de los emprendedores de cada categoría (64% de emprendedores de música andina colombiana, 63% de emprendedores de teatro y 44% de emprendedores de danza folclórica) cuenta con formación a nivel profesional en diferentes campos afines a su emprendimiento. Sin embargo, su aprendizaje no es del todo adquirido de sus profesiones, dado que este estuvo dado por su incursión como artistas empíricos.

La incidencia familiar, experiencias empíricas como artistas y vocación por el arte que ejecutan los emprendedores culturales del municipio de Neiva son pautas que marcaron la iniciativa y desarrollo de sus emprendimientos, llenos de valores y confianza que conforman el espíritu de su organización.

Los emprendimientos culturales son percibidos como una actividad que brinda satisfacción personal, al ser para el emprendedor un compromiso entre el arte que ejercen y su vocación como parte de la cultura de su región, que a pesar de que genera ciertos recursos, estos suelen ser no constantes o no suficientes (en la mayoría de los casos) para

sostener económicamente a sus dueños. Son pocos los emprendedores que se sostienen solamente de sus empresas culturales.

Se destaca que los emprendedores desarrollan su emprendimiento cultural como un objetivo impulsado por el arte (como una manera de construir sociedad), por su pasión, talento, cultura y rescate de costumbres, más que por la sola generación de ingresos.

Además, los emprendimientos culturales en el municipio de Neiva se sostienen gracias a las participaciones en distintos festivales, concursos y eventos folclóricos a nivel regional, nacional e internacional y a la transferencia de conocimiento. Sin embargo, los emprendedores resaltan la necesidad de rescatar las costumbres huilenses y el sentido de pertenencia que se ha perdido, incitando a la búsqueda de alternativas encaminado a buscar una generación de espacios donde los artistas locales puedan mostrar todo su potencial.

El mercado laboral para estos emprendedores es corto, expresando que el arte no es valorado como debe ser, lo que los lleva a buscar alternativas de recurrir a colegios, estudiantes y empresas como clientes potenciales de sus servicios; contratos logrados por la gestión del líder del grupo.

A nivel de políticas estatales que benefician el emprendimiento, se da un conocimiento de la existencia de las mismas y algunas actividades que los ministerios departamentales y nacionales realizan. No obstante, se presentan una serie de situaciones como la burocratización de procesos, bajo valor destinado a las actividades culturales, desconocimiento de la realización del proceso y falta de orientación, los cuales inhiben muchas veces la participación en estas convocatorias.

Literatura citada

- Álvarez, L. (1997). La gestión cultural y el financiamiento de las artes y la cultura. Revista Prisma. Universidad de Chile. Santiago de Chile.
- Altieri, A. (2001). Qué es la cultura?. Revista La Lampara de Diógenes. Universidad Autónoma de Puebla. Puebla, México.
- Arbeláez, L. (2009) Acercamiento a la problemática cultural latinoamericana. Revista de Artes y Humanidad Unica. Universidad Católica Cecilia Acosta. Maricao, Venezuela.
- Briceño, Y. (2010). La escuela de Frankfurt y el concepto de industria cultural. Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales. Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela.
- Cáceres Escobar, P., & Vera Amaya, A. (2012). Propuesta metodológica para utilizar la danza folclórica colombiana en niños de seis y siete años en el contexto

- Escolar. Universidad del Valle. Santiago de Cali: Universidad del Valle.
- Cáceres, J., & Margie, N. (2011). Elementos de análisis para la construcción de lineamientos de política para la formación en emprendimiento cultural. Ministerio de Cultura de Colombia. Bogotá D.C.
- Congreso de Colombia. (2006). Ley 1014 de 2006. Bogotá, D.C.: Congreso de Colombia.
- DiMaggio, P. (1991). Cultural entrepreneurship in nineteenth-century. Boston Rethinking Popular Culture, 374-397. (Gobernación del Huila, 2000).
- Dos Santos, E. (2009). La economía creativa: estímulo a la recuperación económica. Memorias / Seminario Internacional el Sector Cultural Hoy: Oportunidades, Desafíos y Respuestas- (págs. 78-21). Cartagena de Indias: Ministerio de Cultura.
- Fuentes, J. (2008). Experiencias exitosas de financiación a los centros históricos. Universidad Autónoma del Estado de México. Toluca, México.
- GEM. (2012). Colombia - Global Entrepreneurship Monitor 2011-2012. Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Universidad de los Andes, Universidad del Norte y Universidad Icesi.
- Gobernación del Huila. (2000). Plan decenal de cultura 2011-2010. Memorias de los foros municipales, subregionales y departamentales. Neiva: Gobernación del Huila.
- Hutter, M. (2009). El potencial económico de las industrias creativas. Memorias / Seminario Internacional el Sector Cultural Hoy: Oportunidades, Desafíos y Respuestas (págs. 65-77). Cartagena de Indias: Universidad Tecnológica de Bolívar - Ministerio de Cultura de Colombia.
- Launsbury, M., & Glynn, M. A. (2001). Cultural entrepreneurship: Stories, legitimacy, and the acquisition of resources. Strategic management journal, 545-564.
- Matíz, Francisco & Fracica, G. (2011). La financiación de nuevas empresas en Colombia: Una mirada desde la demanda. Revista Escuela de Administración de Negocios. Universidad EAN. Bogotá D.C. Ministerio de Cultura. (2009). Manual de Emprendimiento Cultural. Bogotá, D.C.: Ministerio de Cultural.
- Ministerio de Cultura. (2009). Seminario Internacional el Sector Cultural Hoy: Oportunidades, Desafíos y Respuestas. Memorias/Seminario Internacional el Sector Cultural Hoy: Oportunidades, Desafíos y Respuestas (pág. 240). Cartagena de Indias: Universidad Tecnológica de Bolívar - Ministerio de Cultura de Colombia.
- Ministerio de Cultura. (Julio de 2014). Mincultura. Recuperado el Julio de 2014, de Ministerio de Cultura. Prosperidad para todos: <http://www.mincultura.gov.co/emprendimiento-cultural/quienes-somos/Paginas/default.aspx>.
- Molano, Olga. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. Universidad Externado de Colombia. Bogotá D.C.
- Observatorio cultura y economía. (19 de octubre de 2011). Observatorio cultura y economía. Recuperado el 2014, de Observatorio cultura y economía: <http://culturayeconomia.org/blog/2011/10/19/emprendimiento-cultural-el-concepto/>
- Proexport Colombia. (2014). Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones. Guía de Viajes Oficial. Recuperado el Julio de 2014, de Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones. Guía de Viajes Oficial: <http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/actividad/historia-y-tradicion/ferias-y-fiestas/junio/festival-folclorico-y-reinado-nacional-del-bambuco>
- Suárez Trujillo, P. H. (2011). Programa de Gobierno ¡Unidos para mejorar! Neiva.
- Superintendencia de Sociedades. (2011). Mapa de Oportunidades del Huila. Supersociedades. Bogotá, D.C.: Superintendencia de Sociedades.
- UNESCO. (4 de noviembre de 1996). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Recuperado el agosto de 2014, de UNESCO.ORG: http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13147&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
- UNESCO. (2000). Cutlura, Comercio y Globalización. París - Francia: UNESCO.
- UNESCO. (2010). Cultura y Desarrollo: Evolución y perspectivas. UNESCO. Unesco.
- Vera Noriega, J., Rodríguez Carvajal, C., & Grubits, S. (2009). La psicología social y el concepto de Cultura. Psicología & Sociedade, 100-107.
- Vera Santos, R. (2005). Teatro de la Calle Gracia Moreno visto desde la comunicación y la identidad. Quito: Universidad Politécnica Salesiana.
- Yudice, G. (2002). Las industrias culturales: más allá de la lógica puramente económica, el aporte social. Pensar Iberoamérica: Revista de cultura.